

7. PARTENERI CHEIE

Enumera partenerii de afaceri cu exceptia celor din echipa.
Vei incheia acorduri de tip barter? Cu cine? Ce oferi si ce iei in schimb?

Vei vinde produsul tau impreuna cu produsul altei companii pentru ca aceste sunt complementare?

In ce constau acordurile cu ceilalti?

BP 17**6. RESURSELE CHEIE**

Enumera resursele de care ai nevoie.
Personal? (cel putin un contabil, de ex)
Investitie initiala?

Materiale?

Cladiri? Cumperi sau inchiriezi?

Hardware? Software? Cumperi sau inchiriezi?

Echipamente? Masini?

Drepturi intelectuale?

BP 16**8. CHELTUIELI**

Investitiile se refera la deciziile referitoare la cresterea afacerii. S-ar putea dovedi ca pretul de achizitie al unei masini de serviciu este mai rentabil decat inchirierea masinii pentru a onora intalniri de afaceri in cazul in care proiectia profitului pe termen lung este ascendenta.

Costuri fixe sunt acelea care nu se schimba pe o perioada de 1 an. Acestea pot fi chiria unui echipament sau software, un abonament, costurile pentru materialele de productie in cazul unui contract agreat cu un furnizor, salarii, etc.

Costuri variabile se refera la acele costuri care se schimba pe perioada unui an sau care sunt sub forma de plata unica. Comisionul din vanzari al unui angajat variaza in functie de cantitatea vanduta. De asemenea, acestea pot veni din contracte de consultanta pentru obtinerea unei finantari nerambursabile. Inchirierea de personal pentru a onora o comanda mai mare poate fi un cost variabil.

BP 18**1. IDEEA DE AFACERI**

Care este produsul/serviciul?

Care sunt tehnologiile/materialele folosite pentru a-l fabrica?

Care sunt beneficiile pentru client?

Care sunt avantajele pentru client?

BP 1-7**4. CANALE DE VANZARE**

Cum ajung clientii la produsul tau?

Vei avea propriile magazine sau te vei folosi de retele de distributie existente? (fransize)

Cum ajungi la furnizori pentru a-ti lua cele necesare fabricarii produselor? Cam cat costa?

Cum vor stii clientii de produsul tau? (marketing: radio, TV, SEO, online adds, etc)

BP 12-13**3. CONCURENTA**

Cine face deja ceea ce tu vrei sa faci?

Exista produse sau ansamblu de produse care rezolva aceeasi nevoie/problema a clientului?

Ce anume are in plus produsul tau fata de ceea ce exista pe piata? Si de ce e mai bun?

Cum isi vand altii produsele? (magazine, filiale, online, reclama, etc)

De ce planul tau de vanzari e mai bun? Vei face ceva diferit fata de ceea ce fac altii?

BP 10-11**5. VENITURI**

Din ce castigi bani, de fapt? Din produs? Din mentenanta la produs? Din comisioane diverse? Vrei sa aplici pentru o finantare nerambursabila? Doar vinzi produsul sau il si inchiriezi?

Care este oferta de pret care iti mentine afacerea rentabila? Difera aceste preturi in functie de grupurile tinta si de cat de numeroase sunt acestea?

Cu cat vand altii acelasi produs sau unul similar? (pretul pietei)

In functie de oferta ta, este disponibilitatea clientului de a plati pe masura?

Cum ai stabilit pretul? In functie de pretul concurentei, in functie de costul de productie, in functie de cat sunt dispuse diverse grupuri tinta sa plateasca?

BP 14-15**2. GRUPURI TINTA**

Cine ar trebui sa cumpere sau sa utilizeze produsul tau: persoane fizice (B2C) sau companii (B2B)?

Care sunt criteriile (trasaturile similare) care ajuta la sortarea acestora pe categorii?

- In cazul companiilor: industrie, regiune, dimensiune, etc.
- In cazul persoanelor fizice: varsta, gen, venit, tipare de comportament, afiliere, etc.

Care sunt denumirile generice ale acestor grupuri?

Cam cat e dispus sa plateasca pe an fiecare grup? E rentabil pentru tine?

Care sunt deja utilizatori si care interactioneaza pentru prima data cu serviciul/produsul tau?

BP 8-9